

2025年度 授業シラバスの詳細内容

○基本情報			
科目名	広告論（Advertisement Theory）		
ナンバリングコード	E20302	大分類 / 難易度 科目分野	経営経済学科 専門科目 / 標準レベル マーケティング・流通
単位数	2	配当学年 / 開講期	2 年 / 前期・後期
必修・選択区分	選択：経営経済学部 コース選択必修：情報メディア学科 情報コミュニケーションコース ※入学年度及び所属学科コースで異なる場合がありますので、学生便覧で必ず確認してください。		
授業コード	E035901	クラス名	-
担当教員名	山内 勝義		
履修上の注意、履修条件	入門コースですので、広告への興味、関心さえあれば理解できます。 常日頃、生活者として広告に向き合い、主観的に受容する感性と客観的に評価できる視点を持つことを心がけてください。 毎日、意識して、インターネット、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、OOH（交通・屋外広告）等の広告に触れてください。 世の中の変化を感じる努力をしてください。		
教科書	特に、ありません		
参考文献及び指定図書	岸志津江・田中洋・嶋村和恵「現代広告論（第3版）」有斐閣アルマ、佐藤尚之「ファンベース」ちくま新書、 笠松義彦「これからの広告人へ」アスキー新書、阿部広太郎「心をつかむ超言葉術」ダイヤモンド社		
関連科目	ブランド学、マーケティング論、マーケティング戦略演習、企業戦略基礎、企業戦略実習		

○基本情報		
授業の目的	広告という身近な素材を通じて、マーケティングの視点、マーケティングセンス、考える力、伝える力を体得してもらうことを目的としています。	
	広告に関する基礎知識を学ぶことによって、広告に対する興味、親しみを覚えてもらいます。 広告の発信者と受け手の生活者の間のコミュニケーションの仕組みを理解することによって、広告が世の中の変化と密接に連動しており、「広告は社会共通の文化資源」であることに気付いてもらいます。	
授業の概要	将来的に何らかの形でコミュニケーションに関わる仕事に携わってみたいという思いのサポートも行ないます	
	学生が最も多く接触するであろうインターネット、テレビはもとより、ラジオ、新聞、雑誌、OOH（屋外・交通）等の最新の広告事例の紹介を通じ、改めて広告に興味をもってもらいます。 その後、日本の広告の歴史と現状、色々なメディアの特性、広告戦略の立案の流れ、「日本の広告費」の歴史的潮流、広告を取り巻く環境の変化等について学んでもらいます。 広告を通して広告主が何を伝えたいと思っているのかについて自分のアタマで考える習慣を付けることを目指し、映像や動画を多く使用して常に興味が持てるクラスを心がけます。	
授業の運営方法	(1) 授業の形式	「講義形式」
	(2) 複数担当の場合の方式	「該当しない」
	(3) アクティブ・ラーニング	「該当なし」
地域志向科目	該当しない	
実務経験のある教員による授業科目	山内 勝義（やまのうち かつよし） 1983年より2015年まで広告会社の電通に勤務し、広告主に向き合う最前線にて、チームリーダー（プロデューサー）として大手広告主のコミュニケーション戦略の策定・実施に携わっており、本授業に豊富な実務経験を活かします。	

○成績評価の指標		○成績評価基準（合計100点）		
到達目標の観点	到達目標	テスト （期末試験・中間確	提出物 （レポート・作品等）	無形成果 （発表・その他）
【関心・意欲・態度】	日常接する広告に対する興味と疑問を持つ視点		10点	5点
【知識・理解】	マーケティングと広告の仕組みの基礎を説明できる	30点		
【技能・表現・コミュニケーション】	コミュニケーションの戦略を考えることができる	5点	5点	
【思考・判断・創造】	広告の実例について評価、批判、修正点などを指摘できる。	25点	20点	

○成績評価の補足（具体的な評価方法および期末試験・レポート等の学習成果・課題のフィードバック方法）	
毎回、簡単な課題の提出があります。 課題への回答と期末テストの評価に加えて、出席状況、受講態度（質問への積極的解答）等も加味して総合評価します。	
S:単位を取得するために達成すべき目標を、はるかに超えている A:単位を取得するために達成すべき目標を超えている B:単位を取得するために達成すべき目標に達している C:単位を取得するために達成すべき目標に、ほぼ達している 課題のフィードバックは、次回以降の授業中に行います。	

○その他	
★映像視聴することが多いので、遠隔で授業を受ける際には、Wi FiやLANといった通信環境が整っている所で、PCで受講してください。 【Wi FiやLANにつながないと、データ通信容量が足りなくなると思います】	
・ わからないことは、その都度、もしくは、研究室、メール等で積極的に質問してください。 ・ やって欲しいことがあれば、リクエストしてください。 なるべく対応するよう努力します。 ・ 講義内容については、理解度や習熟度によって、内容を変更する場合があります。	
・ 毎日、意識して広告に接触するようにしてください。 ・ 毎日の生活の中でも、新しい発見はあります。 何事にも興味を持つようにしてください。 ・ 自分が自由にできる時間は、自分で創るものです。 積極的に自由時間を創る努力をしてみてください。 ・ 社会の変化を体感するために、積極的に街歩きをして、色々なことを感じてください。 但し、コロナ対策は十分に！ ・ 何かを選ぶ時に、初めてのものを選んでみる冒険をしてみてください。（初めてのお店、食べ物、何でも良いです） ・ 小さなノート（メモ帳）を常に持ち歩き、気になったこと、思いついたこと等、すぐにメモする習慣をつけてください。	

2025年度 授業シラバスの詳細内容

○授業計画	科目名 担当教員	広告論 (Advertisement Theory) 山内 勝義	授業コード	E035901
学修内容				
1. 広告の基本				
広告とは何なのか、基本的なことについて学びます。				
予習	最も古い広告はどんなものであっただろう？ 自分なりに想像しておく			約2時間
復習	授業での重要ポイントを自分で再確認する			約2時間
2. 広告とは何か				
広告の定義や、広告とPRやソーシャルメディアとの違い、広告の種類、広告の機能などについて学びます。				
予習	最近、気になっている広告、好きな広告、嫌いな(不快な)広告を選んでおく			約2時間
復習	授業での重要ポイントを自分で再確認する			約2時間
3. マーケティング計画と広告				
マーケティングとは何か、マーケティング計画過程、マーケティングコミュニケーションの概要などについて学びます。				
予習	マーケティングって何なのか、自分なりに調べておく			約2時間
復習	授業での重要ポイントを自分で再確認する			約2時間
4. マーケティング・コミュニケーション組織				
優れた広告を生み出すネットワーク(組織)や広告業務の流れなどについて学びます。				
予習	広告はどのように作られているのか、自分なりに調べておく			約2時間
復習	授業での重要ポイントを自分で再確認する			約2時間
5. 広告計画の構造と調査				
広告計画の流れや広告調査などについて学びます。				
予習	調査って、一般的にどのようなものがあるのか、自分なりに調べておく			約2時間
復習	授業での重要ポイントを自分で再確認する			約2時間
6. 広告戦略の立案				
広告戦略(広告活動をどのように方向づけるか)について学びます。				
予習	自分で広告したい商品を決め、自分なりの広告戦略を考えてみる			約2時間
復習	授業での重要ポイントを自分で再確認する			約2時間
7. 広告予算の決定方法				
広告予算の決定方法について学びます。				
予習	広告主の気持ちになって、広告予算について考えてみる			約2時間
復習	授業での重要ポイントを自分で再確認する			約2時間
8. インターネット広告について				
インターネット広告について深掘りして学びます				
予習	最近、気になっているインターネット広告の中で、好きな広告、嫌いな(不快な)広告を選んでおく			約2時間
復習	授業での重要ポイントを自分で再確認する			約2時間

○授業計画	科目名 担当教員	広告論 (Advertisement Theory) 山内 勝義	授業コード E035901
学修内容			
9. あらためてテレビメディアを考える ① 「日本の広告費」の歴史的潮流を復習し、テレビの強みについて深掘りして学びます。			
予習	最近、気になっているテレビ番組や広告について、何故・どのような点が気になっているのか考えてみる	約2時間	
復習	授業での重要ポイントを自分で再確認する	約2時間	
10. TV x Twitter の可能性 テレビ視聴のあり方の変化、「テレビ」と「ツイッター」の掛け合わせの可能性について学びます。			
予習	自分のTV視聴のあり方について、実態をまとめてみる	約2時間	
復習	授業での重要ポイントを自分で再確認する	約2時間	
11. あらためてテレビメディアを考える ② メディアパワーを軽視できない存在であるテレビ広告の基本について学びます。			
予習	最近、気になっているテレビ広告で「好きなもの」と「嫌いなもの」について、何故なのか具体的に考えてみる	約2時間	
復習	授業での重要ポイントを自分で再確認する	約2時間	
12. デジタルテクノロジーとソリューションの変化 広告コミュニケーション戦略を変えとも言われる「コネクテッドTV」について学びます。			
予習	これまでに自分が実際に触れた広告で、デジタルテクノロジーを駆使しているなど思ったものを考えてくる	約2時間	
復習	授業での重要ポイントを自分で再確認する	約2時間	
13. ネット世論と広告炎上 広告を取り巻く環境の変化について学びます。			
予習	ネットでのいわゆる「炎上」について調べてくる	約2時間	
復習	授業での重要ポイントを自分で再確認する	約2時間	
14. なんとなく買っている人を後押しする広告の力 人は、どういうふう to 物を買うのか？ なんとなく買っている人を後押しする広告の力について学びます。			
予習	自分が実際に触れた広告で、騙されたり、疑問を抱いたりした広告はなかったか、を考えてくる	約2時間	
復習	授業での重要ポイントを自分で再確認する	約2時間	
15. まとめ 授業全体を振り返り、重要ポイントを解説します。			
予習	今までの授業での疑問点をまとめてくる	約2時間	
復習	今までの授業での重要ポイントを自分で再確認し、期末試験に備える	約2時間	
16. 期末試験 今期の授業の内容理解のテスト【選択問題と記述問題の2種類を行います】			
予習	今までの授業での重要ポイントを自分で再確認し、期末試験に備える	約2時間	
復習			